EFISIENSI SALURAN PEMASARAN DAN MARJIN KOPI ARABIKA (Coffea arabica) PRODUKSI DESA LATIMOJONG KECAMATAN BUNTU BATU KABUPATEN ENREKANG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian Pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Peternakan Dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare

RUSMAN
219 170 045

SKRIPSI

Telah diperiksa dan Disetujui
Pada Tanggal : 0 2 MAR 2024

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Nurhapsa, M.Si	Suherman, S.P.,M.P
NBM : 938 319	NBM : 1180 692

Mengetahui,

Dekan Fakultas Peranian Peternakan dan Perikanan,	Ketua Program Studi Agribisnis
Dr. Sukmawati, S.P.,M.P	Irninthya Nanda Pratami Irwan, S.E.,M. Agr
NBM : 1175442	NBM : 1300771

EFISIENSI SALURAN PEMASARAN DAN MARJIN KOPI ARABIKA (*Coffea arabica*) PRODUKSI DESA LATIMOJONG KECAMATAN BUNTU BATU KABUPATEN ENREKANG

RUSMAN
219 170 045

SKRIPSI

Telah diperiksa dan Disetujui Oleh:

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Nurhapsa, M.Si	**Suherman, S.P.,M.P**
NBM : 938 319	**NBM : 1180 692**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Peranian Peternakan dan Perikanan,	Ketua Program Studi Agribisnis
Dr. Sukmawati, S.P.,M.P	**Irninthya Nanda Pratami Irwan, S.E.,M. Agr**
NBM : 1175442	**NBM : 1300771**

Isi Skripsi Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Pada Tanggal :02 Februari 2024
Susunan Dewan Penguji :

Ketua	**Tanda Tangan**
Dr. Nurhapsa, S.P.,M.Si	
NBM : 938 319	
Anggota.I	
Suherman, S.P.,MP	
NBM : 1180 O92	
Anggota II	
Prof. Dr. Andi Nuddin, M.Si	
Nbm : 856 851	
Anggota III	
Irninthya Nanda Pratmi Irwan, S.E.,M.Agr	
Nbm : 1300 771	

Skripsi Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Prtanian

Tanggal : 05 MAR 2024

Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan Dan Perikanan

Dr. Sukmawati, S.P.,M.P
NBM : 1175 442

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama	: Rusman
Nomor Induk Mahasiswa	: 219170045
Program Studi	: Agribisnis

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"Efisiensi Saluran Pemasaran Dan Marjin Kopi Arabika (*Coffea Arabica*) Produksi Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang"** adalah benar-benar hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan sebagian atau kseluruhan tulisan pemikiran orang lain dengan sumber data dan informasi yang jelas untuk diperikas kebenarannya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa keseluruhan skripsi ini karya orang lain, saya selaku penulis brsedia menerima sanksi yang berlaku.

Parepare, 07 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Rusman

ABSTRAK

Efisiensi Saluran Pemasaran Dan Marjin Kopi Arabika (*Coffea Arabica*) Produksi Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang. Rusman (219170045) Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Peternakan Dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare.

Saluran pemasaran Merupakan lembaga pemasaran yang di lewati dalam proses penyaluran produk titik produsen ke titik konsumen dengan Marjin pemasaran yang memiliki selisih antara harga jual di tingkat produsen dengan harga beli kopi arabika di tingkat konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi terkait marjin pemasaran yang diterapkan oleh petani dalam usahatani kopi di desa latimojong kecamatan buntu batu kabupaten enrekang dengan hasil, (1) saluran pemasaran kopi arabika di desa latimojong kecamatan buntu batu kabupaten enrekang terdiri dari 2 saluran pemasaran yaitu: (a) petani–pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen akhir dan petani–pedagang pengumpul-pedagang besar-pedagang pengecer- konsumen akhir. Dimana pada kedua saluran pemasaran tersebut merupakan saluran saluran pemasaran yang belum efisien. (2) Nilai efisiensi pemasaran dari saluran pertama sebanyak Rp 3,77% sedangkan saluran kedua sebanyak Rp 6,79%. Dimana nilai efisiensi kedua saluran pemasaran diatas > 1%. Persentase nilai efisiensi didapat dari hasil total biaya pemasaran yang dikeluarkan dibagi dengan total nilai produksi kemudian di kali 100%.

Kata Kunci : Pemasaran, Marjin dan Kopi

ABSTRACT

Efficiency of Marketing Channels and Margins of Arabica Coffee (Coffea Arabica) Production in Latimojong Village, Buntu Batu District, Enrekang Regency. Rusman (219170045) Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, Animal Husbandry and Fisheries, Muhammadiyah University, Parepare.

Marketing channel is a marketing institution that is passed through in the process of distributing products from producer point to consumer point with a marketing margin which is the difference between the selling price at the producer level and the purchasing price of Arabica coffee at the consumer level.

This research aims to obtain information regarding the marketing margins applied by farmers in coffee farming in Latimojong village, Buntu Batu sub-district, Enrekang district with the results, (1) Arabica coffee marketing channels in Latimojong village, Buntu Batu sub-district, Enrekang district consist of 2 marketing channels, namely: (a) farmer–collector trader–retailer–final consumer and farmer–collector trader–wholesaler–retailer–final consumer. Where the two marketing channels are marketing channels that are not yet efficient. (2) The marketing efficiency value of the first channel is IDR 3.77% while the second channel is IDR 6.79%. Where the efficiency value of both marketing channels is above > 1%. The percentage of efficiency value is obtained from the total marketing costs incurred divided by the total production value then multiplied by 100%.

Keywords: Marketing, Margin and Coffee

KATA PENGANTAR

“Assamualaikum warahmatullahi wabarakatu”

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat dan Hidayah-Nyalah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proposal ini yang berjudul “**Efisiensi Saluran dan Marjin Pemasaran Kopi Arabika (Coffea arabica) Produksi Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang”.** Penulis menyadari sepenuhnya penyusunan proposal ini tidak lepas bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak khususnya keluarga dengan kesabaran dan ketabahan serta kasih sayang, jeri payah dan pengertiannya yang diberikan kepada penulis.

Penulis juga menyampaikan banyak terimakasi dengan segala renda hati dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada

1. Ibu Dr. Nurhapsa, S.P.,M.Si dan Bapak Suherman, S.P,M.Si Selaku pembimbing satu dan pembimbing dua yang tulus ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis, sampai pada akhir penyusunan skripsi ini.
2. Terkhusus kepada Ayahanda Padda, Ibunda tercinta Murani dan Kak Rusdin serta seluruh keluarga tercinta yang senantiasa memberi dorongan secara moral dan materil dengan tulus.
3. Prof. Dr. Andi Nuddin, M.Si dan Irninthya Nanda Pratami Irwan, S.E.,M.Agr selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan Solusi dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Dr. Sukmawati, S.P.,M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan Dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare beserta jajaranya yang senantiasa membantu dalam proses perkuliahan sampai wisuda.
5. Kak Rahmat, S.Pd, Kak Mustawakkal, S.P DKK dan seluruh rekan saya dalam proses perkuliahan yang senantiasa memberikan dukungangan moral dalam menyelesaikan studi saya.
6. Civitas Universitas Muhammadiyah, Rusunawa Umpar dan Rumah Allah tercinta Masjid K.H.M. Sanusu Maggu yang menjadi media atau fasilitas yang saya tempati dalam penyelesaian studi ini, untuk mendapat Rahmat dan Ridho Allah SWT selama proses perkuliahan sampai waktu yang ditentukan oleh Pencipta yang Tunggal.

Parepare, 07 Februari 2024

Penyusun

DAFTAR ISI

SAMPUL…….....i

HALAMAN PERSETUJUAN.....ii

HALAMAN PENGESAHAN.....iii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....v

ABSTRAK…….....vi

ABSTRACK…….....vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL.....xii

DAFTAR GAMBAR.....xiii

DAFTAR LAMPIRAN.....xiv

BAB I. PENDAHULUAN..... 1

1.1. Latar Belakang..... 1

1.2. Rumusan Masalah..... 4

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... 5

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA..... 6

2.1. Penelitian Terdahulu..... 6

2.2. Tanaman Kopi Arabika 9

2.3. Pengertian Pemasaran 14

2.4. Marjin Pemasaran..... 16

2.5. Efisiensi Pemasaran 19

2.6. Saluran Pemasaran 22

2.7. Dfinisi Operasional..... 24

BAB III. KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS 26

3.1. Kerangka Pikir.....26
BAB IV. METODE PENELITIAN 28
4.1.Lokasi dan Waktu Penelitian.....28
4.2. Teknik Penentuan Sampel..... 28
4.3. Jenis dan Sumber Data 28
4.4. Teknik Pengumpulan Data..... 29
4.5. Teknik Analisis Data 30
BAB V. KEADAAN UMUM LOKASI 32
5.1. Sejarah Desa Latimojong…..... 32
5.2. Geografis dan Demografis Desa Latimojong 32
5.3. Sumberdaya Manunsia..... 33
5.4. Tingkat Pendidikan……..... 34
5.5. Pertanian 34
5.6. Sarana dan Prasarana..... 33
BAB VI. METODE PENELITIAN 35
6.1. Karakteristik Respopnden…..... 35
6.2. Saluran Pemasaran Kopi Arabika..... 42
6.3. Marjin Pemasaran Kopi Arabika 47
BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN 55
7.1. Kesimpulan……..……..... 55
7.2. Saran 55
DAFTAR PUSTAKA DAFTAR .....
LAMPIRAN..... 59
RIWAYAT HIDUP..... 69

DAFTAR TABEL

Tabel **Teks** **Halaman**

1. Tingkat Pendidikan Masyarakat Desa Latimojong.....34
2. Umur Responden Pemasaran Kopi Arabika di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang.....37
3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin pada Saluran dan Marjin Pemasaran Kopi Arabika di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang.....37
4. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Kabupaten Enrekang.....39
5. Jumlah Responden Berdasarkan Klasifikasi Pengalaman Usaha Tani Kopi Arabika di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Kabupaten Enrekang.....41
6. Jumlah Responden Berdasarkan Klasifikasi Pengalaman Pedagang Kopi Arabika di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Kabupaten Enrekang.....42
7. Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga.....43
8. Marjin Pemasaran Produksi Kopi Arabika Petani→Pedagang Pengumpul→Pedagang Pengecer→Konsumen Akhir.....50
9. Marjin Pemasaran Produksi Kopi Arabika Petani→Pedagang Pengumpul→Pedagang Besar→Pedagang Pengecer→Konsumen Akhir.....52
10. Efisiensi Pemasaran Produksi Biji Kopi Arabika Di Desa Latimojong Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang Tahun 2023.....55

DAFTAR GAMBAR

Gambar Teks Halaman

1. Skema Kerang Pikir 27
2. Saluran Pemasaran Koi Arabika 45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Teks	Halaman
1.	Kuiseoner Penelitian.....	60
2.	Foto Wawancara Dengan Responden.....	65
3.	Surat Penelitian	6